



Alpenwelt Karwendel. Im Herzen der Natur

Nach mehr als zehn Jahren hat die Alpenwelt Karwendel ihr Erscheinungsbild mit Logo, Stilelementen und Farben jetzt umfassend weiterentwickelt.

Nachdem es in der Vergangenheit lediglich leichte Anpassungen gab und zuletzt schon die Homepage einen zeitgemäßen Auftritt erhielt, wurden nun auch Logo und Corporate Design überarbeitet, um die weiterentwickelte Positionierung im Markt auch optisch klar und zukunftsweisend zu zeigen.

Entwicklungsprozess

Vor der Ausschreibung hat das Team der Alpenwelt Karwendel GmbH gemeinsam mit Vertretern der drei Touristikvereine im Rahmen von Workshops die essentiellen Anforderungen erarbeitet, die das neue Erscheinungsbild erfüllen muss und welche Eigenschaften vermittelt werden sollen.

U.a. war die Responsivität des neuen Logos ein wichtiges Kriterium, um eine Anwendung auf allen Medien und für die unterschiedlichen Anwendungsszenarien zu gewährleisten. Den Ausschreibungs- und Vergabeprozess begleitete die *ift* Freizeit- und Tourismusberatung GmbH, die mit ihrer langjährigen touristischen Erfahrung wichtige Impulse mit in den Prozess einbrachte.

Herausgearbeitet wurden drei Grundpfeiler der Marke:
Brauchtum und Tradition, Emotion und Authentizität

Saint Elmo´s Tourismusmarketing

Bei der Wettbewerbspräsentation vor dem Aufsichtsrat im Dezember 2019 überzeugte der Anbieter St. Elmo´s Tourismusmarketing, der somit den Auftrag für die Überarbeitung des Erscheinungsbildes erhielt.

Zu den Kunden von St. Elmo´s zählen bereits andere namhafte Tourismusregionen wie der Schwarzwald, Engadin Scoul-Samnaun oder Tirol.

Eigenschaften des neuen Erscheinungsbildes

Das neue Erscheinungsbild spiegelt die Markenidentität der Alpenwelt Karwendel mit viel Emotion und großzügigen Bildern wieder und macht die Markenwerte so für den Gast greifbar.

Vermittelt wird die Marke mit Hilfe verschiedener Stilelemente.

Claim

„Im Herzen der Natur“

Illustrative Elemente

In reduzierter Form werden lokale Objekte und Szenen der heimischen Umgebung gezeigt. Sie geben dem Layout Tiefe, erweitern den grafischen Raum und wirken Ton-in-Ton besonders hochwertig und modern.

Farben

Die Farbpalette orientiert sich an der natürlichen Umgebung. Vorbild sind die Farbtöne, die in der Landschaft des Oberen Isartals und den omnipräsenten Lüftlmalereien vorherrschen.





Erstmals arbeitet die Alpenwelt Karwendel somit nicht mehr nur mit zwei Farben, sondern kann auf eine Farbwelt zurückgreifen, die je nach Jahreszeit und Thema passgenau zum Einsatz kommt.

Logo

Die Inspiration für das Logos kam vom Schriftzug Karwendel und dem Enzian, der für die Region von besonderer Bedeutung ist.



Logovarianten

Neben dem Logo als Stempel hat die Agentur eine weitere Logovariante als Schriftzug entwickelt, mit der die Partner und Betriebe ihre Zugehörigkeit zur Alpenwelt Karwendel attraktiv und zeitgemäß ins Bild setzen können. So erkennen Gäste auf den ersten Blick die geografische Heimat der Betriebe und die Betriebe profitieren noch stärker von den umfangreichen Kommunikations- und Marketingmaßnahmen der Alpenwelt Karwendel GmbH.



Zeitplan

Nach der heutigen offiziellen Vorstellung des neuen Erscheinungsbildes wird dieses flächendeckend zum 01.01.2021 umgesetzt. Erste Veröffentlichungen werden aber bereits in den nächsten Wochen erfolgen.

